

SOSIALISASI PAJAK SEBAGAI PEMODERASI PENGARUH INSENTIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN UMKM

I Made Dwi Sumba Wirawan¹; Ni Putu Budiadnyani²; Putu Pande R. Aprilyani
Dewi³

Universitas Warmadewa¹; Universitas Pendidikan Nasional^{2,3}
Email : dwiisumba@gmail.com¹; putubudiadnyani@undiknas.ac.id²;
apriyanidewi@undiknas.ac.id³

ABSTRAK

Kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah dapat membantu pemerintah dalam mengumpulkan pendapatan perpajakan yang diperlukan untuk pembangunan dan penyediaan layanan publik. Dimana dalam hal ini insentif pajak dapat meningkatkan motivasi wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah untuk memanfaatkan insentif dan mematuhi kewajiban perpajakan. Penerapan insentif pajak dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah, sehingga mereka cenderung lebih patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan dan memanfaatkan insentif pajak yang telah diberikan. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah yang terdapat di Kota Denpasar, dengan jumlah sampel sebanyak 100 wajib pajak. Penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*, dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah, sedangkan sosialisasi pajak memperlemah pengaruh insentif pajak pada kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci : insentif pajak; kepatuhan wajib pajak; sosialisasi pajak

ABSTRACT

The compliance of micro, small and medium enterprises taxpayers can assist the government in collecting tax revenues needed for development and provision of public services. Where in this case tax incentives can increase the motivation of micro, small and medium business taxpayers to take advantage of incentives and comply with tax obligations. The application of tax incentives can reduce the tax burden that must be paid by micro, small and medium business taxpayers, so they tend to be more compliant in carrying out tax obligations and utilizing the tax incentives that have been provided. The population in this study were micro, small and medium business taxpayers in Denpasar City, with a sample size of 100 taxpayers. Sample determination using simple random sampling, using the Slovin formula. The results showed that tax incentives affect the compliance of micro, small and medium enterprises taxpayers, while tax socialization strengthens the influence of tax incentives on taxpayer compliance.

Keywords : tax incentives; taxpayer compliance; tax socialization

PENDAHULUAN

Kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan faktor penting dalam mendukung perekonomian negara (Wardani & Wati, 2018). Kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah dapat membantu pemerintah dalam

mengumpulkan pendapatan perpajakan yang diperlukan untuk pembangunan dan penyediaan layanan publik (Agustiana et al., 2023; Guna et al., 2022). Insentif pajak memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah. Namun, kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh insentif pajak saja. Terdapat faktor-faktor lain seperti sanksi pajak dan pelayanan pajak yang juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah. Insentif pajak yang diberikan kepada wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah dapat meningkatkan motivasi dan keinginan mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan (Handita & Aditya, 2023).

Insentif pajak dapat meningkatkan motivasi wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah untuk memanfaatkan insentif dan mematuhi kewajiban perpajakan. Pemahaman yang lebih baik mengenai insentif pajak juga dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah tentang manfaat dan kesempatan yang diberikan oleh insentif pajak (Dewi et al., 2020; Lestari, 2023). Penerapan insentif pajak dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah, sehingga mereka cenderung lebih patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan dan memanfaatkan insentif pajak yang telah diberikan (Henriette & Erasashanti, 2023). Dengan adanya insentif pajak, kewajiban perpajakan usaha mikro, kecil, dan menengah dapat terpenuhi dengan lebih baik. Wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah yang merasakan manfaat dari insentif pajak akan lebih termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka (Amah et al., 2023).

Kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap insentif pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (Amah et al., 2023). Salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi perpajakan (Guna et al., 2022; Siahaan & Halimatusyadiah, 2018; Wardani & Wati, 2018). Sosialisasi perpajakan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada wajib pajak mengenai insentif pajak yang tersedia bagi mereka (Anjelina et al., 2023). Dengan pemahaman yang lebih baik, wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah cenderung lebih menyadari manfaat dan kesempatan yang diberikan oleh insentif pajak, sehingga mereka akan lebih cenderung memanfaatkannya dan mematuhi kewajiban perpajakan dengan baik (Wardani & Wati, 2018). Selain itu, praktik akuntansi yang dilakukan oleh

wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah juga dapat mempengaruhi kepatuhan mereka terhadap insentif pajak.

Sosialisasi pajak dapat berperan sebagai pemoderasi dalam pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan sosialisasi pajak yang efektif, wajib pajak akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah dan pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan (Sitorus & Gunarso, 2023). Sosialisasi pajak dapat membantu mengatasi potensi kebingungan atau ketidakpahaman wajib pajak terhadap kebijakan insentif pajak. Sosialisasi pajak dapat memberikan informasi yang jelas dan terperinci tentang insentif pajak yang tersedia, prosedur pendaftaran, mekanisme pembayaran pajak, dan manfaat kepatuhan pajak bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (Anjelina et al., 2023).

Theory of planned behavior menjelaskan bahwa rasionalitas dan keyakinan individu akan mempengaruhi niat dan perilaku mereka dalam mematuhi kewajiban perpajakan (Valenty & Kusuma, 2019). Sikap positif dan dukungan terhadap insentif pajak dapat meningkatkan niat dan kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah. Dimana dalam teori ini kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Harefa & Sidabutar, 2023; Kusuma, 2022; Rahman, 2022). Sikap mencerminkan pandangan individu terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan, norma subjektif merupakan persepsi individu tentang pandangan dan ekspektasi dari orang-orang di sekitarnya terhadap kepatuhan dalam membayar pajak, sementara kontrol perilaku melibatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan individu untuk mengendalikan dan melaksanakan tindakan kepatuhan perpajakan, seperti pemahaman tentang aturan perpajakan, aksesibilitas informasi, dan kemudahan proses pembayaran pajak. Pemberian insentif pajak yang tepat dan transparan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah mengenai aturan perpajakan dan manfaat insentif tersebut serta meningkatkan kepercayaan mereka terhadap pemerintah dalam hal pengelolaan dana pajak (Agun et al., 2022; Amah et al., 2023). Kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah dapat dipengaruhi oleh faktor sosialisasi pajak dan pengawasan perilaku. Pajak yang tepat dan transparan dapat mempengaruhi pemahaman dan kesadaran wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah tentang aturan perpajakan dan

insentif pajak yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah (Lestari, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Walidain, 2021), (Riyanti & Sudarmawanti, 2022), (Andreansyah, 2022) dan (Yulistiani et al., 2022) mengungkapkan bahwa insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2020) dan (Putri et al., 2022) mengungkapkan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behaviour

Theory of planned behavior adalah teori yang relevan untuk memahami pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah (Amah et al., 2023; Henriette & Erasashanti, 2023). Teori ini menekankan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dapat memengaruhi niat dan kecenderungan individu untuk mematuhi kewajiban perpajakan. Dalam konteks insentif pajak, sikap wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap insentif pajak dapat dipengaruhi oleh keyakinan mereka akan manfaat dan kepentingan yang mereka peroleh dari insentif tersebut (Khalifah & Nadi, 2024). Selain itu, norma subjektif seperti pandangan masyarakat atau lingkungan sekitar terhadap kewajiban perpajakan juga dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, kontrol perilaku dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal seperti pengetahuan tentang insentif pajak, kemampuan finansial untuk memanfaatkan insentif tersebut, serta adanya akses yang mudah dan memahami tentang program insentif pajak yang ditawarkan oleh pemerintah dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah (Tanujaya & Ngadiman, 2021).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah suatu tindakan atau sikap dimana wajib pajak secara sukarela dan sepenuhnya memenuhi kewajiban perpajakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Agun et al., 2022a). Penyalahgunaan pemberian insentif pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku akan menjadikan wajib pajak tidak patuh (Tanujaya & Ngadiman, 2021). Pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah dapat beragam, pengaruhnya dapat mencakup peningkatan kepatuhan pajak, motivasi untuk melaksanakan kewajiban perpajakan, dan mendorong wajib pajak untuk

memaksimalkan manfaat yang didapatkan dari insentif tersebut dalam rangka membantu pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka (Guna et al., 2022; E. P. Sari et al., 2022).

Insentif Pajak

Insentif pajak adalah stimulus atau kebijakan mengurangi beban pajak yang diberikan kepada wajib pajak sebagai bentuk insentif untuk mendorong kepatuhan pajak (Guna et al., 2022; Sinta & Charolina, 2023). Insentif pajak dapat berupa potongan pajak, penundaan pembayaran, atau pengurangan tarif pajak. Insentif pajak Komisaris jenderal penghasilan final yang diberikan kepada pelaku UMKM sebagai upaya untuk meminimalkan beban pajak dan mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah. Insentif pajak memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah (Riyanti & Sudarmawanti, 2022).

Sosialisasi Pajak

Sosialisasi pajak merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Wardani & Wati, 2018 ; Siahaan & Halimatusyadiah, 2018). Melalui sosialisasi pajak, pemerintah dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada wajib pajak mengenai kewajiban perpajakan dan pentingnya memenuhi kewajiban tersebut (H. A. Y. Sari et al., 2020). Dalam konteks insentif pajak, sosialisasi pajak dapat digunakan sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada wajib pajak mengenai insentif-insentif pajak yang tersedia bagi mereka (Mahanani et al., 2022). Dengan demikian, sosialisasi pajak dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak mengenai insentif pajak yang mereka dapatkan serta pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan.

Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penggunaan insentif pajak dapat memberikan dorongan dan motivasi kepada wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah untuk mematuhi kewajiban perpajakan (Habu et al., 2021). Dalam penelitian ini, kita ingin menguji hipotesis bahwa insentif pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah. Selain itu, penelitian juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor lain yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah seperti tingkat pendapatan, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi perpajakan. Penting untuk melihat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah karena hal tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi

keberhasilan kebijakan insentif pajak dan pengaruhnya terhadap penerimaan pajak dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah.

H1 : Insentif Pajak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Pemoderasi

Selain insentif pajak, pentingnya sosialisasi pajak tidak boleh diabaikan. Sosialisasi pajak dapat memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan adanya sosialisasi pajak yang efektif, wajib pajak dapat lebih memahami manfaat dan prosedur pajak yang diberikan oleh pemerintah, sehingga dapat memotivasi mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan (Zaikin et al., 2023) . Padahal, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah, sosialisasi pajak dapat membantu memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang insentif pajak dan manfaatnya bagi usaha mereka. Selain itu, tingkat pemahaman perpajakan juga dapat memengaruhi pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan pemahaman perpajakan yang baik, wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah dapat memahami dan mengoptimalkan manfaat dari insentif pajak yang ditawarkan oleh pemerintah.

H2 : Sosialisasi Pajak Memperkuat Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah insentif pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, untuk menguji apakah sosialisasi pajak memperkuat atau memperlemah insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian berfokus pada wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah yang terdapat di Kota Denpasar, karena berdasarkan data dari Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah RI jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebesar 97.452 atau sekitar 79 persen yang berada di Kota

Denpasar. Dalam penelitian ini, sampel ditentukan menggunakan metode *simple random sampling*, dan diperoleh sampel sebanyak 100 wajib pajak.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data Regresi Linier dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan aplikasi statistik SPSS for Windows. Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

Persamaan 1 :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \varepsilon$$

Persamaan 2 :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_1X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = kepatuhan wajib pajak

α = nilai konstanta

β_1 = koefisien regresi insentif pajak

β_2 = koefisien regresi sosialisasi pajak

β_3 = koefisien regresi interaksi antara sosialisasi pajak dan insentif pajak

X1 = insentif pajak

X2 = sosialisasi pajak

ε = standar error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha mikro, kecil dan menengah yang berada di Kota Denpasar yang berjumlah 97.452. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, dengan menggunakan rumus Slovin (Santoso, 2023) :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel / jumlah responden

N : Ukuran Populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 97.452 wajib pajak

pelaku UMKM, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{97452}{1 + 97452(0,1)^2}$$
$$n = \frac{97452}{975,52}$$
$$n = 99,89749$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan keatas)}$$

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Kriteria responden pada penelitian ini, yaitu telah menjalankan usaha minimal selama satu tahun agar dapat diketahui apakah responden telah melakukan penyeteroran SPT tahunan, omzet dalam setahun $\leq 4,8$ Miliar, dan usaha berdomisili di Kota Denpasar.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis regresi mengikuti distribusi normal. Pada Tabel 2 terlihat nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 1,335 sedangkan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,057 dibandingkan nilai alpha 0,05.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk memverifikasi bahwa dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara masing-masing variabel independen. Terlihat pada Tabel 3 bahwa nilai contered VIF pada seluruh variabel ≤ 10 , hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan di antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam analisis regresi.

Uji Hipotesis

Hipotesis pertama menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa hubungan insentif pajak dengan kepatuhan wajib pajak positif sebesar 0,454 dengan nilai signifikansi 0,000

lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya bahwa secara langsung insentif pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya insentif pajak maka wajib pajak patuh dalam membayar dan melaporkan pajaknya.

Hipotesis kedua dilakukan dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 5. Hipotesis kedua menyatakan bahwa sosialisasi pajak memperkuat pengaruh insentif pajak pada kepatuhan wajib pajak. Dapat dilihat dari nilai signifikansi interaksi sosialisasi pajak dan insentif pajak sebesar 0,686 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pajak memperlemah insentif pajak pada kepatuhan wajib pajak.

Hubungan variabel sosialisasi pajak dengan variabel dependen dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel sosialisasi pajak sebesar 0,037 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sedangkan interaksi variabel sosialisasi pajak dengan variabel independen dapat dilihat dari nilai signifikansi interaksi variabel insentif pajak yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of planned behavior* yang menggambarkan perilaku orang dalam bersikap, norma subjektif dan control perilaku dapat mempengaruhi niat dan kecenderungan individu untuk mematuhi kewajiban perpajakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa insentif pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar insentif yang diberikan, maka wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah semakin patuh dalam melaporkan pajaknya. Sosialisasi pajak memperlemah pengaruh insentif pajak pada kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering diadakannya sosialisasi pajak maka belum tentu wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah mengetahui keuntungan dari insentif pajak yang diberikan pemerintah, sehingga wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah bisa jadi tidak akan melaporkan pajaknya.

Keterbatasan dalam penelitian ini, pertama jumlah responden yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya terkait dengan bagaimana kepatuhan wajib pajak dan kaitannya dengan insentif pajak

serta sosialisasi pajak. Kedua, dalam proses pengumpulan data dimana informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang kurang mampu merepresentasikan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini dapat terjadi karena terdapat perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden dalam mengisi kuesioner.

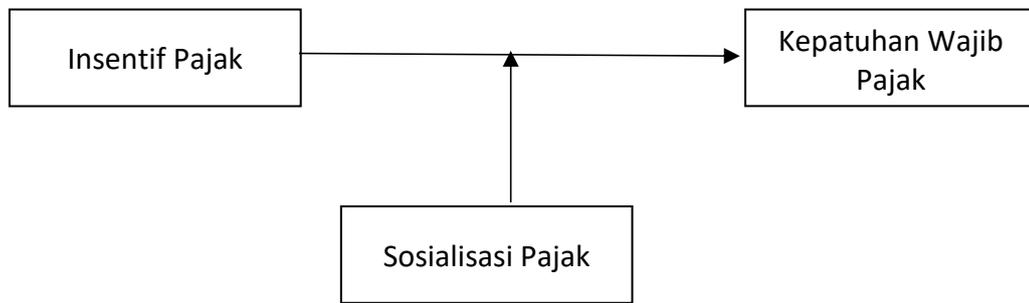
DAFTAR PUSTAKA

- Agun, W. A. N. U., Datrini, L. K., & Amlayasa, A. A. B. (2022a). Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi. *WICAKSANA, Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 6(1), 23–31.
- Agun, W. A. N. U., Datrini, L. K., & Amlayasa, A. A. B. (2022b). Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi . *WICAKSANA, Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 6(1), 23–31.
- Agustiana, O., Nuridah, S., & Sagitarius, E. (2023). Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Orang Pribadi Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Di Jakarta Utara). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8548–8562.
- Amah, N., Febrilyantri, C., & Lestari, N. D. (2023). Insentif Pajak Dan Tingkat Kepercayaan: Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi*, 28(1), 1–19.
- Andreansyah, F. (2022). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2097–2104.
- Anjelina, S., Frederica, D., & Iskandar, D. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 119–130.
- Dewi, S., Widyasari, & Nataherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 108–124.
- Guna, W. I., Amini, S. A., Firmansyah, A., & Trisnawati, E. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak Badan Selama Era Pandemi Covid-19: Insentif Pajak, Sosialisasi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(25), 613–625.
- Habu, R. E., Ayem, S., & Kusuma, D. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman ESAK EMKM Dan Relaksasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Yogyakarta. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 357–375.
- Handita, I. G. A. D., & Aditya, G. N. I. A. (2023). Pengaruh Insentif Pajak Orang Pribadi Umkm Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Yang Terdaftar Di KPP Pratama Denpasar Barat. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 2(3), 459–488.
- Harefa, M. S., & Sidabutar, R. C. D. (2023). Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan Pelaku UMKM Pada Kabupaten Deli Serdang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 465–479.
- Henriette, G., & Erasashanti, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Tingkat Pendapatan, Dan Digitalisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Wajib Pajak UMKM Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Maneksi*, 12(3), 573–580.

- Khalifah, N., & Nadi, L. (2024). Pengaruh Insentif Pajak, Literasi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM di Parungpanjang. *ECo-Fin*, 6(1), 74–84.
- Kusuma, I. G. K. C. B. A. (2022). Implementasi Insentif Pajak Menurut Model G Edward III. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(2), 236–248.
- Lestari, P. (2023). Pengaruh Insentif Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dengan Pemahaman Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Cahaya Mandalika*.
- Mahanani, S., Retnoningsih, S., & Syarif, M. N. (2022). Analisis Sosialisasi Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Efektivitas Insentif Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1880–1887.
- Putri, R. N., Budiman, N. A., & Zamrud Mirah, D. (2022). Kepatuhan Pajak UMKM dan Determinannya. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(4), 350–362.
- Rahman, D. F. S. (2022). Analisa Niat Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Persepektif Theory Of Planned Behavior. *Tera Ilmu Akuntansi*, 23(2), 62–75.
- Riyanti, B., & Sudarmawanti, E. (2022). Meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada era New Normal melalui pemberian insentif pajak, peningkatan kondisi keuangan dan Kesadaran Pajak. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 2167–2179.
- Santoso, A. (2023). Rumus Slovin: Panacea Masalah Ukuran Sampel. *Suksma: Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 4(2), 24–43.
- Sari, E. P., Gunawan, Y., & Elvina. (2022). Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Kebijakan Insentif Dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 712–732.
- Sari, H. A. Y., Makaryanawati, & Edwy, F. M. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Realisasi Penerimaan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(2), 603–615.
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah. (2018). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1–13.
- Sinta, D., & Charolina, O. (2023). Efektivitas Insentif Pajak UMKM Di Indonesia: Sebuah Meta Analisis. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(2).
- Sitorus, B. R., & Gunarso, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Insentif Pajak UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan*, 48–57.
- Tanujaya, J., & Ngadiman. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Insentif Pajak Penghasilan Final Ditanggung Pemerintah. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3(3), 1334–1341.
- Valenty, Y. A., & Kusuma, H. (2019). Determinan kepatuhan pajak: perspektif theory of planned behavior dan teori institusional. *Proceeding of National Conference On Accounting and Finance*, 1, 47–56.
- Walidain, M. B. (2021). Pengaruh Insentif Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Self Assesment System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(12), 1118–1132.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Jurnal Nominal*, 7(1), 33–54.

- Yulistiani, V., Yusup, M., Rahman, R. S., & Lasmaya, S. M. (2022). Pengaruh Insentif Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada salah satu KPP di Kota Bandung) . *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 20–30.
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 57–76.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Insentif Pajak	100	6,00	35,00	30,5000	3,72949
Sosialisasi Pajak	100	5,00	25,00	20,1900	3,33847
Kepatuhan Wajib Pajak	100	7,00	20,00	17,4600	1,99200
Valid N (listwise)	100				

Data diolah, 2024

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,85087435
	Absolute	0,134
Most Extreme Differences	Positive	0,111
	Negative	-0,134
Kolmogorov-Smirnov Z		1,335

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,057
------------------------	-------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,527	0,712		4,951	0,000		
	Insentif Pajak	0,279	0,034	0,523	8,268	0,000	0,471	2,123
	Sosialisasi Pajak	0,268	0,038	0,449	7,105	0,000	0,471	2,123

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,616	0,874		4,138	0,000
	Insentif Pajak	0,454	0,028	0,850	15,958	0,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Moderasi

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,039	1,451		2,784	0,006
	Insentif Pajak	0,264	0,051	0,494	5,129	0,000
	Sosialisasi Pajak	0,227	0,108	0,381	2,112	0,037
	IP SP	0,001	0,003	0,094	0,406	0,686

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak